

SI CHIAMA SIMONE LEGNO, MA È FAMOSO
OVUNQUE COME TOKIDOKI,
UNA PAROLA GIAPPONESE
DIETRO CUI SI NASCONDE
UN MONDO MAGICO PIENO
DI BUFFE CREATURINE
E DOLCI RAGAZZE
GEISHA. POI PERÒ,
È ARRIVATA UNA VERA
BESTIA E HA RESO
TUTTO ORRENDO.



DI Roberto Croci aka La Bestia

VISIONI

MADE IN JAPAN

Tokidoki



IL ROMANO CHE HA INVASO GLI USA CON I SUOI TOYS DEL CACTUS

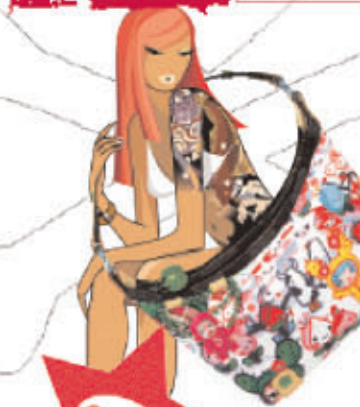


TOKIDOKI VS. LA BESTIA
I toys della linea Cactus Friends. Nell'altra pagina in alto,
tokidoki (a sinistra) e il nostro folle inviato in divisa da tifosi

«tokidoki è nato qualche anno fa sul Web: era una specie di diario, o di MySpace»

«Amo il Giappone: la sua cultura, il cibo, le trattorie, ma soprattutto il karaoke!»

VISIONI MAD 4 JAPAN



Questa è la storia dell'incontro di due vite parallele, anche se separate da tempo ed età. Una storia di sogni, di speranza, di rischi e di solitudine. È la storia di un'amicizia fra due persone diverse che più diverse non potrebbero essere, ma proprio per questo unite dall'animo guerriero di chi non cede mai. Oltre che dalla lontananza e dalla fottuta mancanza di mamma, papà, sorella e fratello. Di chi ha lasciato la casa in cui siamo nati e cresciuti in cerca di quello che ci mancava dentro. Correva il 16 giugno 1977. Un urto spezza il silenzio di una

quieta notte romana. È il pianto di un neonato, seguito dalle lacrime orgogliose di mamma Anna e papà Salvatore. Simone Legno romanista core de roma viene alla luce. Io e lui ci siamo scambiati la pelle in un non troppo lontano Italia-Germania degli ultimi mondiali vinti e da allora siamo fratelli, anche se lui da allora mi chiama sempre Zio. E la cosa mi piace. Il calcio unisce gli uomini, e anche se sono tre anni che la mia Inter batte la sua Roma, durante questo lasso di tempo ho seguito da vicino il suo evolversi, il suo crescere, il suo scavalcare altri miti americani, fino a vederlo diventare icona mondiale nel mondo della nuova pop culture. Sì, Simone Legno della 5B; lo stesso che, d'estate, scendeva

dal condominio del quartiere Nuovo Salario di Roma per prendere il latte e che si fermava sempre a parlare della Roma con i frequentatori del bar sottocasa: "i" amici Filippo Grossi, Paolo Guasso detto "o sguibbo", Antonio Demuru detto "er sardo", e Francesco Sauta detto "sauzer" proprio come il personaggio di Ken il guerriero. Stacco temporale di quindici anni, ed eccomi diretto verso Blu, il bar karaoke di L.A. più esclusivo del momento, con classico energumeno - tatuaggi maori su 300 chili di massacro istantaneo - alla porta, dove Simone si presenterà e ci farà entrare nel suo mondo, il mondo tokidoki. «Sono qui per incontrare Simone». Lo sguardo perso nel vuoto potrebbe far presagire il peggio e, invece, come Mosè davanti



GRAFFITI GIRLS

In alto a sinistra, un'immagine dalla campagna pubblicitaria tokidoki per LeSportsac. Sopra, un'illustrazione, e, accanto, una modella in total style tokidoki



al mare d'Egitto, ecco che si apre la porta e vengo catapultato in un'atmosfera magica, in una sala piena di fumo con classiche japanese girls in tenuta fashion manga (ovvero, con minigonne, tacchi altissimi e capelli alla Pippi Calzelunghe) intente a servire bussinesmen orientali e ragazzini tatuati all'inverosimile, portando shochu (acqua focosa) a tutti, visto che è la bevanda alcolica del momento. La manager del posto, Kaori, mi fa cenno di seguirla all'angolo del bar, dove su una sedia, con cappello tipo borsalino

VISIONI MAD 4 JAPAN



fagioli di soya chiacchierando delle sue origini e di cosa faceva in Italia prima di venire qua. «Sono sempre stato creativo e, fin da bambino, mi piaceva disegnare. Tokidoki è cominciato come pagina Web qualche anno fa: era allo stesso tempo diario e portfolio, una sorta di MySpace preistorico. Mi sono fatto anni di gavetta come grafico e illustratore per Toyota, Mtv, Microsoft, Renault, Volkswagen, Alice. Facevo pubblicità sul Web, era il 2003, vivevo a Milano e mi ero rotto i coglioni di stare lì, avevo veramente voglia di andarmene in qualche altra città, girare l'Europa, anche perché il 90% dei miei clienti erano stranieri. Per caso, in quel periodo, mi arriva questa chiamata dai fondatori della Hard Candy Cosmetics di Los Angeles - Ivan e Pooneh Arnold - che scoprono il website tokidoki, e si innamorano del mio stile». Per chi non ti conosce, spiegami cosa vuol dire tokidoki e cosa rappresenta. «Tokidoki significa "a volte" in giapponese, e rappresenta l'attimo preciso in cui la nostra vita cambia, in cui succede qualcosa che modifica il nostro destino. Tokidoki è la speranza che ci serve ogni giorno per far sì che si avverino i nostri sogni. Ho scelto una parola giapponese perché amo il Giappone, la cultura, il cibo, le trattorie, per non parlare poi del karaoke che è l'equivalente del nostro bar. Rispetto le tradizioni e l'attenzione che hanno



per i dettagli, il senso grafico e la capacità creativa di trasformare qualsiasi cosa in un'icona». E con queste parole ecco che un ragazzo prima di me, ce se vedeva a Roma d'estate, ce se sentiva pe' telefono, e quando mi sono trasferito a Los Angeles abbiamo affittato casa insieme, non fosse stato per lui e per Anna Maria e Piero - i genitori - sarei morto di solitudine». Basta che Simo vada in bagno perché Fabrizio mi snoccioli la verità, tutta la verità e nient'altro che la verità. «Altro che solitudine, manco parlava inglese. Siamo venuti in questo bar per due

di scuola, con tanto di grembiolino azzurro. È venuto in America prima di me, ce se vedeva a Roma d'estate, ce se sentiva pe' telefono, e quando mi sono trasferito a Los Angeles abbiamo affittato casa insieme, non fosse stato per lui e per Anna Maria e Piero - i genitori - sarei morto di solitudine». Basta che Simo vada in bagno perché Fabrizio mi snoccioli la verità, tutta la verità e nient'altro che la verità. «Altro che solitudine, manco parlava inglese. Siamo venuti in questo bar per due



HELLO TOKI Qui sopra, i toys Skeletrino e Skeletrina e un oggetto della linea tokidoki for Hello Kitty. In alto a sinistra, gli zoccoli Fornarina firmati dall'artista romano e, a destra, un dipinto. Accanto, il tokidoki store di Milano



«Disegno di tutto: toys, **jeans**, scarpe... Non conta cosa si fa, ma **come** lo si fa»



VISIONI

MAD + JAPAN

anni di fila perché gli piaceva Kaori e, ogni volta che l'avvicinava, avrebbe voluto dirle che l'amava, che voleva uscire con lei, e invece sai cosa diceva? "Another beer, please". Se non combinavo io, ora saremmo gonfi come due cocomeri». Simo ritorna e vedendoci ridere come matti capisce che il segreto è stato svelato. «Kaori è dolcissima, bellissima, le voglio un bene dell'anima e oltretutto, sa fare gli spaghetti meglio di mamma». Come spieghi tanto successo? «Papà e mamma ci credevano poco che potessi arrivare dall'altra parte dell'oceano e spaccare il mondo, conquistandolo con ragazzine dagli occhi languidi, perizomi colorati e immagini nazionaliste come pizza e tricolore. Dopo aver disegnato per quasi un anno, ho deciso di spedire un pacco dei miei disegni a LeSportsac. Mai mi sarei aspettato che il pacco sarebbe finito sul tavolo del presidente e che mi avrebbero proposto una collaborazione». **Il progetto LeSportsac, iniziato come sfida, diventa**

la linea fashion più venduta del momento e rende tokidoki famoso in tutto il mondo. «Il successo è stato enorme, e questo mi ha portato a designare toys - i Cactus Friends, Bastardino e Polpettina e le italianissime Moofia (un branco di mucche mafiose alla ricerca di pace e giustizia con il capo Mozzarella) - orologi, skateboard e tutta una serie di accessori». Il resto ve lo svelo io, visto che passo serate con Simone a cantare a squarciagola tutto Venditti, Battisti, Renato Zero e a tifare contro la sua amata Roma. Dopo essere stato scoperto dal Gruppo Fornarina a Las Vegas, che prende

in licenza il marchio per l'Europa, arriva anche qui tutta la linea di moda con jeans, t-shirt e scarpe, che lo porta quest'anno a un contratto esclusivo con la mitica Onitsuka Tiger, la marca di sneakers più venduta in Giappone, per non parlare poi della richiesta di fare gioielli per Hello Kitty... «Faccio di tutto perché non credo che conti in quale campo si produce l'arte: l'importante è la qualità e le idee dietro quello



BENO SWARTZ



ITALIANI MANGIASPAGHETTI

In alto, Simone tra le sue creature. Qui sopra, altri toys. A sinistra, sneakers tokidoki per Fornarina e, a destra, un pass realizzato per la Fiera Pool Trade Show di Las Vegas



PU-PAZZO FIN DA BAMBINO

Sopra, tokidoki (a sinistra) da bambino. Sotto, l'artista romano in compagnia della nostra Bestia e della fidanzata Kaori e, più a sinistra, un bus customizzato



BENO SWARTZ

che si produce: basta essere fedeli a se stessi e al messaggio che si vuole diffondere, creare quella determinata immagine che fa la differenza e ci distingue dagli altri». Il sogno nel cassetto? «Dipingere come mamma Anna. Mi ispiro ad artisti moderni come Murakami e Yoshitomo Nara, e a quelli antichi come Utamaro e Hiroshige, per le figure delle mie donne, che sono sexy, ma mai volgari. Purtroppo, con tutti i viaggi e appuntamenti, le interviste, e gli eventi, con tutti i partner e le collaborazioni che ho, il tempo per dipingere è poco, quindi cerco di farlo nei ritagli di tempo. Però l'attaccamento che provo per le mie opere non mi permette di metterle sul mercato, perciò la mia produzione è molto limitata: la sto conservando per un futuro che spero prossimo, quando la tempesta tokidoki si sarà calmata». Ciao, core de Roma.

Roberto Croci aka La Bestia

